广电新闻编辑在融媒体时代下的转型

王 丽
（江苏省宿迁市泗阳县融媒体中心广播节目部，江苏 宿迁 223700）

摘 要：媒体融合经过多年的发展，已经进入了“深度融合”的下半场。在新的形势下，广电新闻编辑肩负着推动广播电视媒体深入融合的重要任务，广电媒体的转型在本质上就是编辑的转型。本文分析了融媒体时代广电新闻编辑工作表现出的新特点和融媒体时代对广电新闻编辑的职业要求，提出了广电新闻编辑在融媒体时代下的转型策略，希望能够为广电行业的融合发展做出一些贡献。

关键词：融媒体；广电新闻编辑；转型；新闻思维；传播策略　　中图分类号：G224　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2021）02-084-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.02.024
本文著录格式：王丽．广电新闻编辑在融媒体时代下的转型 [J]. 中国传媒科技，2021（02）：84-86.

2020 年 6 月，中央全面深化改革委员会第十四次会议审议通过了《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》。提出了推动媒体融合向纵深发展的重要任务，这也标志着我国的媒体融合已经由建设融合平台、创新融合产品的“上半场”，进入到推动媒体融合向纵深发展、全面构建媒体融合体系的“下半场”。在新的形势下，广电新闻编辑肩负着推动广播电视媒体深入融合的重要任务，是广电媒体增加媒介竞争力的“利器”。因此，如何符合融媒体时代要求，实现转型发展，值得每个从业编辑认真思考。

1. 融媒体时代广电新闻编辑工作表现出的新特点

媒体融合的发展给广电新闻采编工作带来了翻天覆地的变化，也使其呈现出不同于传统媒体时代的新特点。

1.1　新闻编辑工作的时效性增强

融媒体时代，科技不断发展，媒体融合程度逐渐加深，受众接触到的信息铺天盖地，选择的途径增多自然就会造成对不同获取途径信息的比较。尤其是 5G 的到来，受众对广电新闻的编辑方式和快捷性都提出了更高要求。信息传播的速度越来越快，传播的渠道越来越多，传统编辑的工作效率已经无法满足受众的现实需求，广电编辑如果不能抢占先机进行报道，那么新闻瞬间就会变为旧闻，受众就会流失，因此广电编辑必须提高编辑策划水平和时效。

1.2　新闻编辑工作的平台化发展

平台可以使受众的需求得到一站式满足，从而具备强大的黏性。在媒体深度融合的“下半场”，平台已经成为主流媒体融合发展的重要推动力，传统主流媒体通过平台化发展实现了自身媒体产品和服务的多样化扩展。融媒体时代，新闻编辑进行的是全方位的、多介质的传播，不仅需要通过权威的宣传资讯平台提供高效、优质的新闻内容来变现沉淀用户，打造现代传播力，而且需要通过个性化的综合生活服务平台来作为连接政府和群众的桥梁，提升受众体验。比如各级广电媒体“智慧广电”移动客户端的建设，旨在为受众提供多种服务，成为转型为综合平台的大胆尝试。[1]

1.3　新闻编辑工作的多样化发展

过去，由于受传播技术的限制，广电新闻的策划编辑方式都比较单一。融媒体时代，移动互联网技术促进了传播平台的多样化发展，人工智能、大数据技术、VR、AR 等先进技术的赋能又促使广电新闻策划编排的方式更加多样化，新闻的实现形式也更加多元化，这无疑为广电新闻编辑的转型开辟了一片新的天地。

2. 融媒体时代对广电新闻编辑的职业要求

融媒体时代，舆论生态、媒体格局、传播方式都发生了深刻变革，新兴媒体已经成为聚集受众的主要阵地，由 8 亿多网民奠定了这个主阵地的基础。网络主阵地带来的不仅是新的传播平台，更是新的思维方式、表达方式和接受方式。传统广电媒体作为主流媒体，若想获得持续的影响力，就不可避免地要拥抱新媒体，进军网络主阵地，快速实现转型，而广电媒体的转型在本质上就是编辑的转型。

2.1　舆论引导要求

主流新闻媒体是党和人民的耳目喉舌，担负着重要的政治使命和责任。多年来，广电媒体从内容策划、素材筛选到剪辑制作、发布传播都形成了一套系统的、严格的审核流程。随着新媒体的崛起，新型的内容生产方式绕过了传统的把关模式，自媒体越来越低的发布门槛进一步解构了新闻编辑选题策划、审核把关的价值内核。“全民编辑”的局面使信息内容更加多元化、先审查后发布的前置把关程序逐渐弱化，造成了大量虚假新闻、冗余信息充斥网络，受众不明就里、难以分辨真伪，容易被负面舆论所影响。因此，在融媒体环境下，作为新闻的“把关人”，广电编辑有责任提升自身的舆论引导能力，用专业的视角和坚定的政治定力为受众提供客观、真实的新闻产品，帮助受众增强明辨是非的能力，引导受众树立正确的价值观念，正确认识我国经济社会发展

过程中出现的问题，使社会主义核心价值观深入人心。

2.2　整合策划要求

过去，广电媒体的工作模式一直是“记者中心制”，记者处于新闻工作的主导地位，编辑只是按照记者思路对记者提供的素材进行加工处理。[2] 而在融媒体环境下，新旧媒体的融合发展促进了“记者中心制”向“编辑中心制”转变，广电编辑面对的不再仅仅是广播电视节目这一个平台，而是要同时面对多个平台和渠道，这就需要新闻编辑将视野拓展到全媒体领域，将工作介入到新闻生产的各个环节，既要增强新闻敏感，培养新闻发现能力，策划新闻报道，引导记者围绕主题进行采访；又要根据不同平台和渠道的特点制作不同的新闻产品，进行综合传播；还要与受众进行充分互动，根据受众反馈的意见和建议及时调整节目制作思路，增强节目对受众的吸引力，提高受众对节目的黏性。

2.3　交流互动要求

交互性是新媒体最显著的特征，任何信息源和信息接受者之间都可以进行多向交流，交互性使得新闻信息的单向直线传播变为双向互动传播，加深了对受众的新引力。在传统媒体时代，媒体与受众间的互动很少，受众很难影响到媒体的发展和繁荣。但是融媒体时代，媒体的竞争主要是对受众的竞争，而零互动就意味着媒体丧失了对受众的吸引力，必然会在媒体间激烈的竞争中处于不利地位。因此，广电新闻编辑要按照时代要求和受众需要及时转型，积极搭建与受众交流沟通的新媒体渠道，为受众做好新闻服务，增强广电新闻内容的互动性、体验性和可分享性，培养受众对媒体的忠诚度。

3. 广电新闻编辑在融媒体时代的转型策略

媒体融合是篇大文章，做好这篇文章，需要所有传统媒体从业人员的自觉转型和不懈努力，广电新闻编辑也概莫能外，要从新闻思维、新闻视角、传播策略、新闻呈现和素养提升等方面积极创新，提升编辑质量。

3.1 新闻思维的转变

对于媒体而言，思维方式决定着生产方式。过去，广电媒体在新闻的生产和传播中，更多地是从编辑的定位和判断出发，而非从市场需求出发。这种传统思维在融媒体时代已经无法满足受众的需求。因为融媒体时代，技术赋予受众更多的话语权和媒体选择的权利。在极大丰富的信息海洋中，只有符合受众需求，能给受众带来良好体验的新闻，才能吸引受众，为受众选择、使用、传播。因此，在融媒体环境下，广电新闻编辑必须转变新闻思维，树立融媒体的用户思维、融合思维、服务思维、数据思维，以广大受众需求为中心，通过大数据、云计算等技术为受众画像，研判受众的新闻获取倾向，牢牢把握舆论导向。[3] 用平等的视角生产受众喜闻乐见的新闻产品，精准推送，做好新闻 + 政务、新闻 + 服务。

3.2　新闻视角的转变

优质新闻内容的策划编辑制作是广电新闻编辑转型发展的基础。因此，在工作过程中，编辑要充分发挥专业性优势，转变新闻视角，在社交媒体的语境下，让新闻内容有深度、有影响。首先，要对政治性的话题进行软化处理。时政新闻无论是报道内容还是报道对象，重要性不言而喻。然而，由于它的题材严肃，形式刻板，往往给受众带来距离感。融媒体时代，编辑要转变思路，创新报道视角，改变报道风格，使时政新闻报道也能“接地气”。比如中央广播电视总台推出的《主播说联播》短视频，就将硬性的时政话题进行软化，关注热点问题，创新评论形式，语言诙谐幽默，达到了最大化传播主流声音的效果。再如 2019 年两会，央视新闻微信公众号推出了“一图读懂两会”，采用长图形式，将文字和数据转化成设计元素，巧妙地提升了用户的阅读体验。其次，要对热点事件进行平民化叙事。广电新闻编辑要紧跟社会热点事件，以平民的视角为受众进行阐释，抢占议程设置先机，为舆论场注入专业性和权威性信息，回应受众关切，拓展受众范围。[4] 第三，要对事件本质进行深度解读。新媒体新闻虽然胜在丰富、快速，但是碎片化、肤浅化是其难以克服的弱点。而广电新闻编辑的专业优势是新媒体所无法比拟的，通过对事件本质的深入挖掘，延伸拓展背景材料，展现事件背后的意义，提升新闻质量，增强传播效果。

3.3　传播策略的转变

当前很多新闻产品的走红是因为借助了多元化的传播渠道，扩大了传播范围，收到积极的传播效果。广电新闻编辑也要充分利用现有的新媒体平台，一要通过“传统媒体 + 新媒体”的融合传播来吸引流量。要注意融媒体新闻集群式和多层次的特点，建设广电融媒体品牌，进行多渠道、矩阵式传播；[5] 二要通过传播符号的多样化来吸引流量。广电新闻编辑要充分利用新媒体技术，创新新闻产品形式，从而带动媒体新价值；三要通过平台的实时互动来吸引流量。广电新闻编辑要与受众建立互动沟通的长效机制，引导受众参与新闻的生产、制作、分发全过程，鼓励受众通过微信群、QQ 群、微博等社交媒体平台畅所欲言，发表个人想法和建议，使媒体与受众之间拉近距离；四要利用大数据技术对受众的新闻接受习惯和爱好进行分析，根据数据结果对受众进行精细化分层，进而进行精准化推送，提高新闻的到达率和被裂变传播的可能性。

3.4　新闻呈现的转变

传统广电时代，新闻编辑在制作新闻时，必须注意故事性。因为受线性传播、转瞬即逝等特点的影响，传统广电媒体的内容不容易对受众产生深刻的影响，只有充分挖掘新闻的价值和故事性，才能唤起受众的共鸣，使本来抽象、枯燥的新闻增添了人情味、真实感、深刻性，

从而获得受众的关注和认可。融媒体时代，随着互联网技术的迅猛发展，5G 商用的全面铺开，三大运营商提速降费，这为万物视频化提供了土壤和支撑，促进了短视频的全面爆发。如今，短视频已经成为受众获取新闻信息的主要方式。据 CNNIC 发布的《第 46 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2020 年 6 月，我国短视频用户规模已经达到 8.18 亿，占网民整体的 87.0%。短视频这种可视化的表达方式，丰富了新闻的表现元素和手法，既保持了原有广电新闻的视听体验，也使新闻的故事性、情境性、现场感有所增强，帮助广电新闻实现了从故事性讲述到可视化铺陈的转型。[6] 因此，广电新闻编辑要坚持新闻呈现的转变，做好短视频新闻报道。

一要从小切口表现大主题。传统主流媒体制作的短视频往往主题严肃，表现形式刻板生硬，无法引起受众兴趣，很难产生“流量”。因此，广电新闻编辑要改变类型化思维，从小切口反映大主题，深入浅出，改变受众对于正能量新闻的固化印象，提高新闻的吸引力和影响力。[7] 比如，自新冠肺炎疫情暴发以来，中央广播电视总台，各省级、市级广电媒体均选择以短视频为主要武器，先后制作了战“疫”主题短视频，如《武汉：我的战“疫”日记》《非常手记》等等，点击量超过百万，起到了引导舆论、安抚人心、传递正能量的重要作用。

二要“浓缩”内容，快速进入主题。在融媒体时代，受众偏好碎片化阅读，如果一个短视频新闻在 5~8 秒内不能抓住受众心理，15 秒之内不能形成高潮，受众就会进入下一个短视频。因此广电新闻编辑在编辑短视频时就要浓缩内容，高度精练。比如，央视推出的“主播说联播”在内容生产与话语表征整体上呈现碎片化模式，短视频每期时长 1 分钟左右，有的甚至只有 30 秒，区别于以往全景扫描式的信息传播，运用新颖的语言、风格，直奔主题，传递主流声音，拉近了与受众的距离，扩大了传播力。

三要充分利用新技术，提升受众体验。5G 时代，大数据、VR、AR 虚拟现实技术得到加强，出现了很多短视频的新玩法，会给受众带来全新的体验。如中央广播电视总台推出的“央视频”，就是第一个国家级以短视频为主的 5G 智能化新媒体平台。2020 年 1 月 27 日，“央视频”采用 5G 技术直播了武汉火神山、雷神山医院建设的情况，超过 2 亿人观看。

总之，围绕人工智能新技术策划新闻内容已经成为广电新闻编辑的重要能力。

3.5 综合素养的提升

融媒体时代，广电新闻编辑能否顺利实现转型与自身的综合素养情况密不可分。想要提升素养，就必须不断学习，勤于实践。[8] 一要学习政治理论知识。广电新闻编辑要坚持马克思主义新闻观，坚定政治立场，认真学习党和国家的大政方针政策、学习常用的法律法规知识，做好党和民众沟通的桥梁，一方面传递党和政府的声音，另一方面为民众及时解读与他们切身利益相关的政策理论。二要学习全媒体编辑技术。只有专业基础扎实，才能生产出受众喜闻乐见的产品，满足受众需求。因此，广电新闻编辑要熟悉新媒体的采集、制作、发布的全部流程，培养综合传播能力。三要学习文化知识。广电新闻报道涉猎的内容十分广泛，这就决定了编辑只有拓宽知识面，丰富知识储备，才能游刃有余地应对复杂多变的媒体工作。四要参加各种专业培训。参加培训既能增长见识、及时了解业界发展情况，又能增强实战能力、巩固自身业务技能。

结语

融媒体时代，广电新闻编辑的转型是整个传统媒体发展的必然趋势，也是编辑自身调整与优化业务知识结构、实现个人价值的必然选择。因此，新闻编辑必须让自己保持开阔的眼界和独特的眼光，认清媒体行业发展的形势以及编辑岗位对人才的工作需求，与时俱进，积极学习融合发展的技术与手段，不断推进新旧媒体的深度融合，为广电媒体的可持续发展贡献自己的力量。媒

参考文献

[1] 吴淑媛 . 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新措施 [J]. 传媒论坛，2020（09）：46-47.
[2] 杨曦 . 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新策略 [J]. 西部广播电视，2020（12）：164-165.
[3] 窦永青 . 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新措施 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（13）：296-297.
[4] 李昌发 . 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新措施 [J]. 记者观察，2020（30）：100-101.
[5] 郑妮 . 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新 [J]. 传播力研究，2019（31）：114-115.
[6] 黄晓丽 . 新媒体时代广播电视编辑业务创新和探索 [J]. 传播力研究，2019（04）：155.
[7] 黄莉莉 . 新媒体时代广播电视新闻编辑策划创新探讨 [J]. 传播力研究，2019（05）：118.
[8] 颜家兵 . 新媒体时代新闻编辑的业务能力重构 [J]. 新闻研究导刊，2016（02）：132.

作者简介：王丽（1983-），女，江苏宿迁人，江苏省宿迁市泗阳县融媒体中心广播节目部新闻编辑，研究方向：新闻编辑。

（责任编辑：张晓婧）